

Речевой имидж в контексте культуры личности



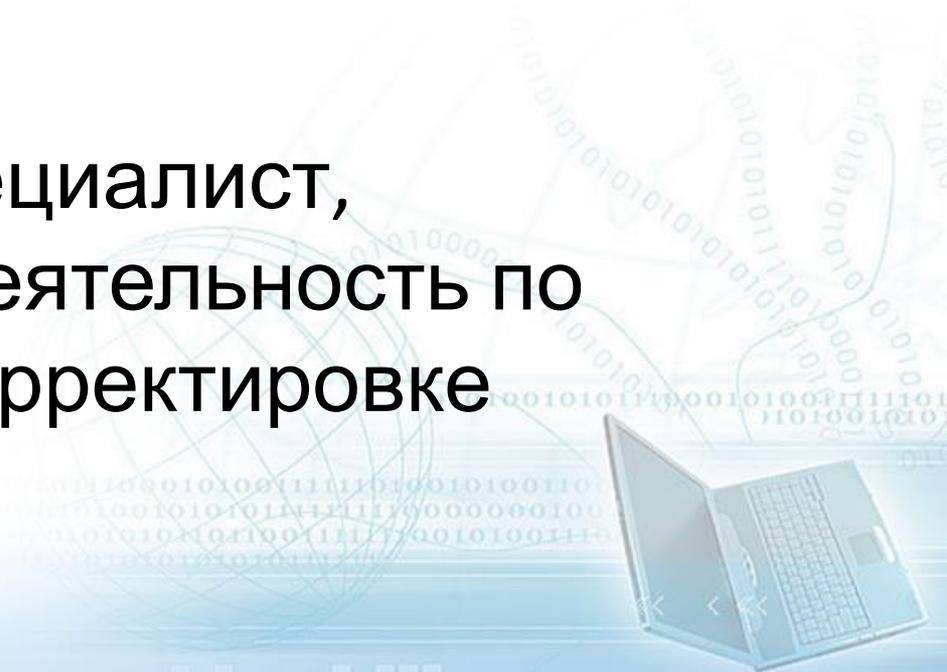
Речевой имидж в контексте культуры личности

- **Имиджелогия** – комплексная практическая дисциплина, использующая отдельные результаты ряда наук, целью которой является создание методологического и методического оснащения для профессиональной деятельности по созданию и преобразованию имиджа.



Речевой имидж в контексте культуры личности

- **Имиджмейкерство (имиджмейкинг)** - практическая деятельность по формированию и корректировке имиджа.
- **Имиджмейкер** - специалист, осуществляющий деятельность по формированию и корректировке имиджа.



Речевой имидж в контексте культуры личности

- **Имиджелогия**

«изучает закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара или услуги; раскрывает универсальное, особенное и единичное в онтологии всех видов имиджей».

Е.А.Петрова [электронный ресурс:
<http://www.academim.org>]



Речевой имидж в контексте культуры личности

- *Имидж*. Сложившийся или намеренно созданный образ, представление о ком-чем-нибудь; сам внутренний и внешний облик человека». [Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. редактор Н.Ю. Шведова 2007: 297]



Виды имиджа

1. Индивидуальный имидж (имидж человека, специалиста, лидера, бизнесмена, политика и т.д.).
2. Корпоративный имидж (имидж фирмы, организации, политической партии, общественного движения).
3. Предметный имидж (имидж товара, товарной марки, периодического издания, города, страны).



1. **Прообраз имиджа** – субъект представленного в имидже.
2. **Реципиент имиджа** – субъект, для которого создаётся образ.
3. **Аудитория имиджа** – социальная группа, для которой создаётся имидж.



НОВОСТИ

25 января 2018 г.

Президент АИМ Петрова Е.А. была награждена Почётной грамотой Президиума Общественной палаты Союзного государства за вклад в укрепление связей России и Беларуси.

[Подробнее](#)

27 ноября 2017 г.

6 декабря 2017 года в 18.30 приглашаем Вас на торжественное мероприятие Академии!

[Подробнее](#)

01 ноября 2017 г.

Благодарственное письмо министерства экорномического развития Астраханской области Елене Алексеевне Петровой.

[Подробнее](#)

25 сентября 2017 г.

Президент Академии имиджологии Е.А. Петрова посетила Финансовый университет, где провела встречу с психологами университета и приняла участие в работе круглого стола про проблемам нейромаркетинга

[Подробнее](#)

21 сентября 2017 г.

Пост-релиз XV Международный симпозиум Академии имиджологии

[Структура](#)

[Цели и задачи](#)

[Направления](#)

[О членстве в АИМ](#)

[Контакты](#)

АКАДЕМИЯ ИМИДЖЕЛОГИИ

- ЭТО

научная академия, объединяющая ведущих специалистов в области имиджа.



ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА ПЕТРОВА

президент Академии имиджологии,
академик АИМ, доктор психологических наук

"Имиджология – это новая научно-прикладная дисциплина, возникающая на стыке психологии, социологии, философии, культурологии, костюмологии и ряда других наук.

Имиджология изучает закономерности формирования, функционирования и управления имиджем человека, организации, товара и услуги. Она раскрывает общее, особенное и единичное в онтологии всех видов имиджей. Технологии имиджирования позволяют формировать необходимый образ. Значение имиджа в жизни конкретного человека столь значительно, что справедливо сказать, что имидж - это судьба."

ВЫШЛИ НОВЫЕ КНИГИ



[Имидж и маркетинг территорий: опыт и перспективы развития в бизнесе, культуре, туризме и образовании](#)



[Туристский имидж России: современные тренды и пути совершенствования 25-27 мая 2016 г.](#)



[Петрова Е.А. Визуальная Психосемиотика Общения](#)
Издательство Академии Имиджологии 2015 год



[Александр Панкрухин - Ученый и Человек](#)
Издательство Академия имиджологии 2014 год

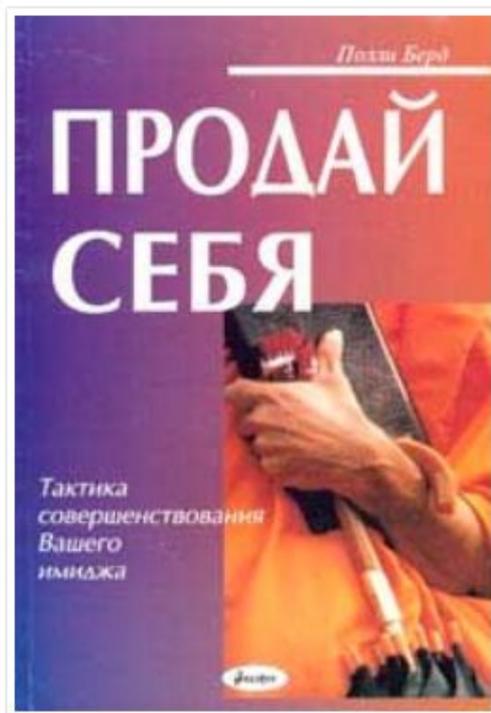


[Имидж регионов России. Инновационные технологии и стратегии ребрендинга](#)

[Все книги](#)

Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа

Автор *Полли Берд*



Балл: 0

Голосов: 0

Год выпуска	2004
Жанр произведения	Бизнес
Издательство	Амалфея
ISBN	985-441-351-9

Полли Берд - Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа

Полли Берд - известная английская писательница - не понаслышке знает, что такое бизнес. Эту книгу она адресует тем, кто хочет с максимальным эффектом реализовать свои возможности в работе. А для этого необходимо, прежде всего, "продать себя", а уже потом свою работу. Обладая совершенным имиджем, вы легко найдете общий язык с любым человеком - будь то работодатель, коллега или клиент. В этом случае желаемый результат будет реально достижимым. Автор предлагает детально проработанное руководство по кардинальному улучшению собственного образа в глазах окружающих. Это по силам осуществить любому, притом в довольно короткий срок. Книга «Продай себя. Тактика совершенствования Вашего имиджа», автор которой - Полли Берд, издана в 2004 году, принадлежит жанру «Бизнес» и выпускается издательством Амалфея.



Сам себе психолог

Лиллиан Браун

ИМИДЖ

Практическое пособие для мужчин и женщин

путь к успеху

- как мгновенно вызвать к себе симпатию
- как подбирать костюм и накладывать макияж
- как общаться с представителями прессы
- как овладеть искусством публичных выступлений

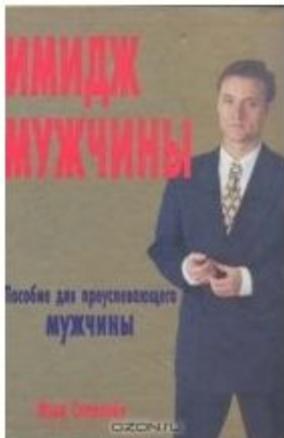


N
A
T
A
H
A
U
S
·
R
U



ПИТЕР®





Имидж мужчины. Пособие для преуспевающего мужчины

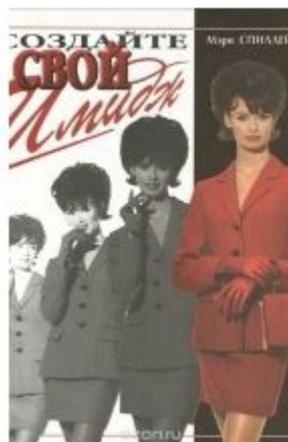
Мэри Спиллейн

0.000 ★★★★★

Издательство: «Лик Пресс» 1998 г.

ISBN: 5-7839-0005-2

Исследования подтверждают: для того, чтобы найти хорошее место работы, добиться карьеры или преуспеть в большом бизнесе, решающее значение играет не только Ваша квалификация и опыт, но и Ваш имидж. Эта книга предоставляет необходимые советы и информацию о том, как



Создайте свой имидж

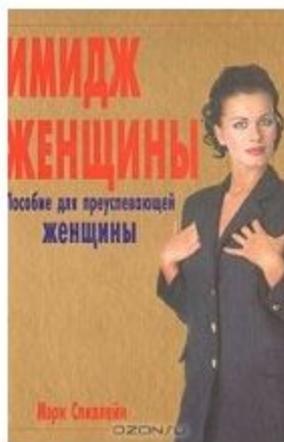
Мэри Спиллейн

0.000 ★★★★★ 1

Издательство: «Олма-Пресс» 1996 г.

ISBN: 5-87322-335-1

Эта книга посвящена имиджу. С ее помощью вы сможете подобрать для себя наилучшую цветовую гамму в одежде, остановиться на определенном стиле, который подчеркнет достоинства фигуры, а возможно, скроет недостатки, узнаете, какие аксессуары подойдут для



Имидж женщины. Пособие для преуспевающей женщины

Мэри Спиллейн

0.000 ★★★★★ 2

Издательство: «Лик Пресс» 1998 г.

ISBN: 5-7839-0005-0

"Имидж женщины" - настольная книга для любой женщины.

Ее автор, Мэри Спиллейн, ведущий английский специалист по вопросам имиджа. Она посоветует Вам, что надо сделать, чтобы производить на окружающих самое благоприятное

ФИЛЛИПА ДЕЙВИС

ВАШ АБСОЛЮТНЫЙ ИМИДЖ

*Книга для политиков
и бизнесменов, мужчин и женщин*



ozon.ru



ЭФФЕКТИВНЫЙ САМОМАРКЕТИНГ

ИСКУССТВО СОЗДАНИЯ
ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ОБРАЗА



ДЖ. ДЖЕЙМС



Речевой имидж в контексте культуры личности



Речевой имидж в контексте культуры личности

Внешность

Поведение

Речевая/языковая
манера
человека

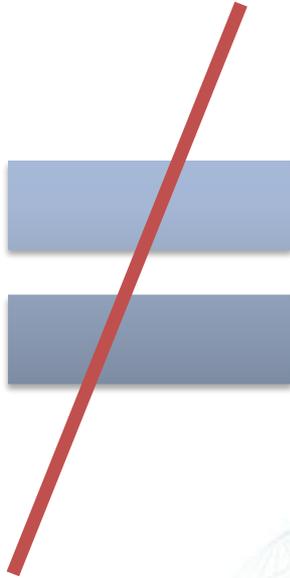


Речевой имидж и языковая личность



Речевой имидж и языковая личность

Языковая
я
личность



Речевой
имидж



Речевой имидж

```
graph TD; A[Речевой имидж] --- B[Языковая составляющая имиджа]; A --- C[Речевая составляющая имиджа]; A --- D[Текстовая составляющая имиджа];
```

**Языковая
составляющ
ая имиджа**

**Речевая
составляющ
ая имиджа**

**Текстовая
составляющ
ая имиджа**

Речевая составляющая имиджа:

- речевая культура;
- речевая самостоятельность;
- коммуникативная компетентность.



Текстовая (содержательная) составляющая имиджа:

- ключевые слова;
- лозунги;
- модель настоящего;
- модель будущего;
- модель прошлого;
- ключевые идеи и темы, заполняющие личное языковое пространство.



Примеры пограничных социальных и пространственно-временных обстоятельств:

- смена профессиональной роли или социального статуса в коллективе;
- внедрение в новую социальную группу (формальную или неформальную);
- переживание смены возраста;
- переживание общественно важных событий: выборы, смена режима, крупная реорганизация социальных институтов и т.д.

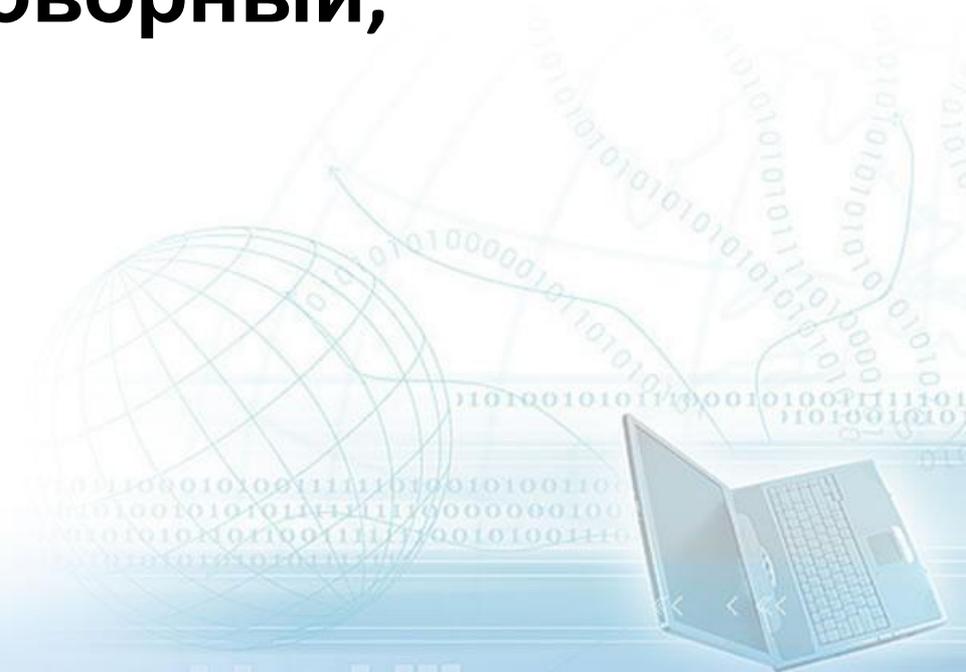


Типы языковой культуры личности



Типы языковой культуры личности (по О.Б.Сиротининой):

- элитарный,
- среднелитературный,
- литературно-разговорный,
- фамильярно-разговорный,
- просторечный,
- жаргонный.



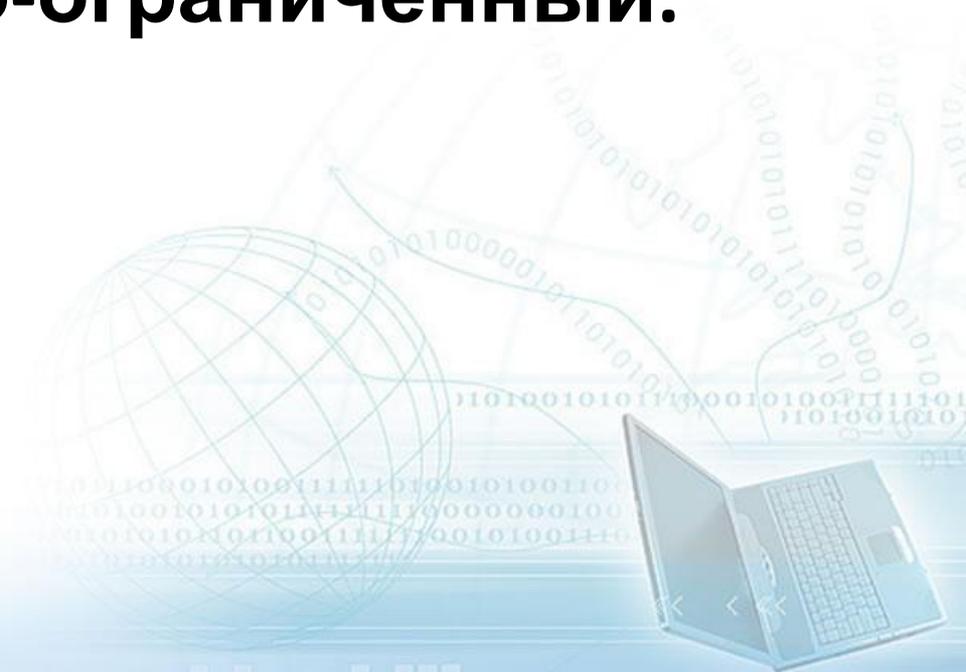
Типы языковой культуры личности (по И.А. Стернину):

- элитарный,
- литературный,
- среднелитературный,
- фамильярно-разговорный,
- просторечно-жаргонный.



Типы языковой культуры личности:

- элитарный,
- среднелитературный,
- просторечный,
- профессионально-ограниченный.



Типы языковой культуры личности:

О.Б.Сиротинина	И.А.Стернин	
<p>1) элитарный, 2) среднелитературный, 3) литературно-разговорный, 4) фамильярно-разговорный, 5) просторечный, 6) жаргонный.</p>	<p>1) элитарный, 2) литературный, 3) среднелитературный, 4) фамильярно-разговорный, 5) просторечно-жаргонный.</p>	<p>1) элитарный, 2) среднелитературный, 3) просторечный, 4) профессионально-ограниченный.</p>



Элитарный тип языковой культуры личности:

- 1) речевая грамотность;
- 2) ориентированность на классические литературные источники;
- 3) активное использование языковых художественных приемов, сознательная языковая игра;
- 4) активное владение всеми функциональными стилями;
- 5) строгое следование нормам речевого этикета;
- 6) тактическая и стратегическая оформленность речи;
- 7) богатый словарный запас.



Элитарно-разговорная разновидность элитарного типа языковой культуры личности:

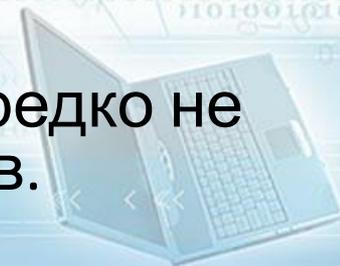
- сознательное использование жаргонизмов, просторечных и бранных выражений в стилистически уместном контексте

(Вл. Высоцкий, Ю. Визбор и А. Галич).



Среднелитературный тип языковой культуры личности:

- 1) иногда – **не** регулярно – допускают речевые ошибки, отчасти смешивают нормы устной и письменной речи,
- 2) ориентируются на массовую литературу и информационные СМИ и рекламу;
- 3) хорошо понимают языковую игру, однако нечасто используют ее в собственной речи, умеют производить синонимическую замену,
- 4) активно владеют одним-двумя функциональными стилями (обычно официально-деловым и разговорным) и пассивно всеми остальными,
- 5) не стремятся к строгому соблюдению этикетных норм,
- 6) при наличии ярко выраженной речевой стратегии не способны к гибкой смене речевых тактик,
- 7) имеют относительно богатый лексикон, но нередко не различают оттенки значений иноязычных слов.

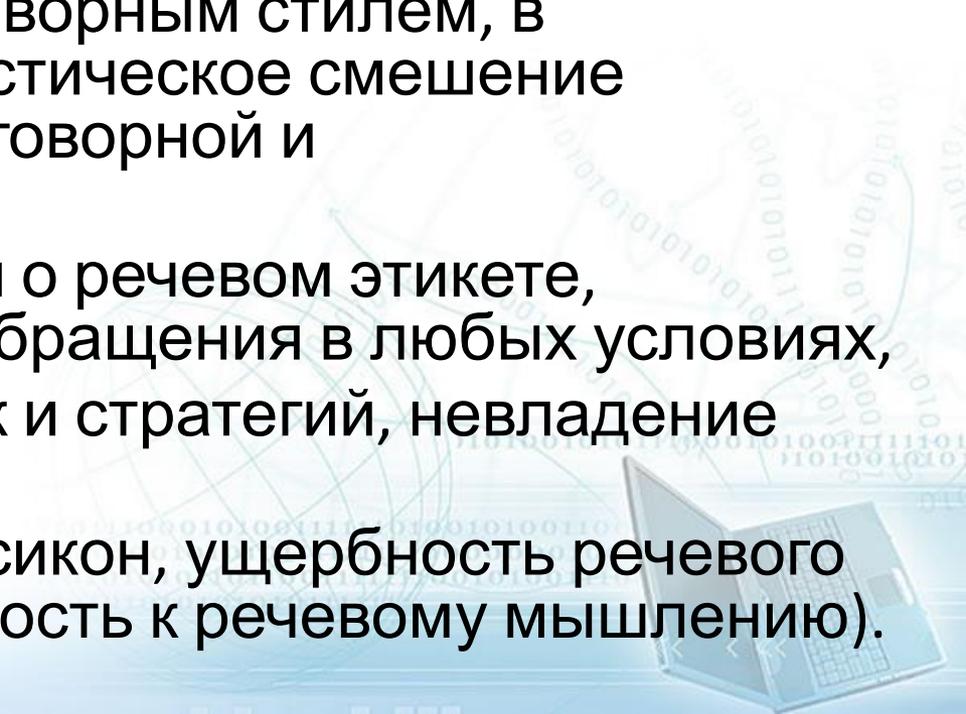


Разговорно-просторечный тип языковой культуры личности:

- 1) несоблюдение большинства языковых норм, особенно в устной речи, речевая избыточность (употребление лишних слов и выражений),
- 2) ориентированность на «язык улицы», развлекательных СМИ и массового кино и ТВ,
- 3) неспособность к сознательному использованию стилистических ресурсов языка при общей высокой экспрессивности речи, неумение строить сложные предложения, неумение различать качественные и некачественные в языковом отношении тексты, неумение понимать иносказание,
- 4) активное владение разговорным стилем и пассивное официально-деловым и публицистическим (художественным и научным стилями не владеют),
- 5) выборочное соблюдение этикетных норм,
- 6) неопределенность речевых стратегий, отсутствие речевых тактик,
- 7) бедный лексикон.



Профессионально-ограниченный тип языковой культуры личности:

- 1) систематическое нарушение (нередко – полное игнорирование) языковых норм,
 - 2) отсутствие определенных языковых ориентиров,
 - 3) отсутствие сознательного использования речевых средств, неразличение стилевых пластов лексики,
 - 4) пассивное владение разговорным стилем, в собственной речи – стилистическое смешение отдельных элементов разговорной и профессиональной речи,
 - 5) отсутствие представления о речевом этикете, неразличение ТЫ- и ВЫ-обращения в любых условиях,
 - 6) отсутствие речевых тактик и стратегий, невладение монологической речью,
 - 7) крайне ограниченный лексикон, ущербность речевого сознания (слабая способность к речевому мышлению).
- 

Роль речевой культуры в формировании речевого образа и речевого имиджа личности

Речевой образ личности – отражение в речи личностных особенностей говорящего (пишущего).

Речевой имидж – намеренно представляемый собеседнику определенный тип речевого поведения с целью обратить его внимание на те или иные избранные в соответствии с текущей задачей общения личностные черты говорящего.



Роль речевой культуры в формировании речевого образа и речевого имиджа личности

Коммуникативный портрет личности – это уровень речевой культуры, подлинный речевой образ и тот речевой имидж, который отразился в речи конкретного человека.

